

Energy follows Attention

Es gibt gewisse wiederkehrende Themen, wenn es um individuelle oder kollektive Leadership und insbesondere um ihren Erfolg oder Misserfolg geht. Faszinierender- aber kaum zufälligerweise sind es Themen, die einem in ähnlicher Form auch in der allgemeinen Lebensführung begegnen.

Eines davon dreht sich um zwei Fragen, die es meiner Ansicht nach potentiell in sich haben:

- Frage eins: Worauf richten Sie Ihre Aufmerksamkeit?
- Frage zwei: wie frei sind Sie innerlich in der Entscheidung, worauf Sie Ihre Aufmerksamkeit richten?

Die Antwort auf Frage eins bestimmt, was Ihr Fühlen, Denken und Handeln wesentlich prägt, denn da entscheiden Sie, wer und was den VIP-Eingang zu Ihrem Wahrnehmungsapparat benutzen darf. Angesichts der Tatsache, dass die Datenmenge, die pro Sekunde auf uns einprasselt, in etwa dem Äquivalent entspricht, fünfhundertfünzigmal „Alice im Wunderland“ zu lesen, ist leicht einzusehen, dass Wahrnehmung auch ein Selektionsprozess ist. Unter LSD deutlich weniger, aber das ist ja auch keine Lösung.

Wenn ich also schon auswählen muss, werde ich wohl klugerweise etwas auswählen, was besonders wichtig und relevant ist.

Genau davon werden Menschen ausgehen, die Sie beobachten, und in einer Führungsposition werden Sie sehr genau beobachtet.

Sie senden starke Signale allein durch die Tatsache, dass Sie über ein bestimmtes Thema reden und über andere Themen nicht. Die Belegschaft wird daraus ableiten, was Ihnen wichtig ist. Wenn Sie also an einer Mitarbeitenden Information ausschliesslich über die Geschäftszahlen referieren, sollten Sie sich nicht beklagen, wenn Stimmen laut werden, dass es Ihnen nur ums Geld geht. Manchmal lohnt es sich, Dinge auszusprechen – auch wiederholt – statt sie einfach vorauszusetzen. Im Privatleben kennen wir die Klassiker: „Liebst du mich noch?“ „Aber das hab ich dir doch schon gesagt!“ „Ja, vor zwölf Jahren...“ ...

Es ist extrem wichtig, dass Dimensionen wie Werte, Sinnhaftigkeit, Ethos, Leidenschaft und Wertschätzung auch im Business-Alltag ein Thema sind. Sonst verlieren sie ihre Bedeutung. Aus dem gleichen Grund ist es wichtig, Veränderungsprozesse nicht zu früh als abgeschlossen zu betrachten und die Aufmerksamkeit abzuziehen, denn dann stirbt das Momentum.

Frage zwei hat grossen Einfluss auf die Antwort auf Frage eins: Wie bewusst oder wie unbewusst kommen Ihre Entscheidungen zustande, Ihre Aufmerksamkeit auf bestimmte Dinge zu richten? Worauf springen Sie an? Was kriegt kulturell Aufmerksamkeit in Ihrem Unternehmen?

Es ist hilfreich, die eigenen diesbezüglichen Muster und Reflexe zu kennen, und damit verbunden die blinden Flecken zu verkleinern. Dies wiederum mildert das Risiko, dass geschickte Manipulatoren Ihre Aufmerksamkeit kapern, weil sie genau wissen, wie sie Sie kriegen. Zauberer und Taschendiebe leben davon, und die gibt's nicht nur auf der Bühne.

Was wir nicht sehen, verschwindet aus der Wahrnehmung. Oder, wie es Donella Meadows in ihrem sehr lesenswerten Buch „die Grenzen des Denkens“ formuliert: „Niemand kann wie auch immer geartete Werte definieren oder messen. Aber wenn niemand sie verteidigt, wenn Systeme nicht entworfen werden um sie hervorzubringen, wenn wir nicht über sie sprechen und ihre An- oder Abwesenheit thematisieren, werden sie aufhören zu existieren.“

Sie haben es wesentlich in der Hand, die Farbe der Realität zu bestimmen. Energy follows attention. Nutzen Sie die Gelegenheit und lassen Sie sich nicht foppen von Zauberern und Taschendieben.